



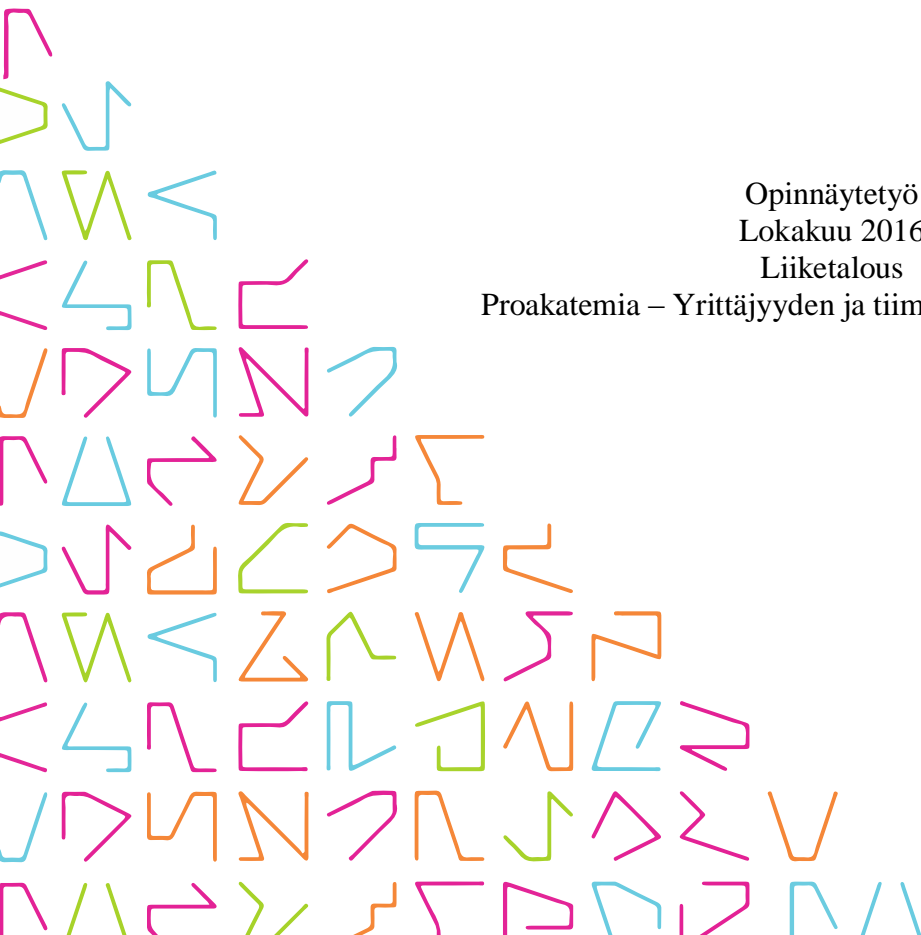
TAMPEREEN
AMMATTIKORKEAKOULU

ASIAKASPALVELUN DIGITALISOINTI KULTASEPÄNLIIKKEESSÄ

Sara Suokko

Opinnäytetyö
Lokakuu 2016
Liiketalous

Proakatemia – Yrittäjyyden ja tiimijohtamisen yksikkö



TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu
Liiketalouden koulutusohjelma
Proakatemia – Yrittäjyyden ja tiimijohtamisen yksikkö

SUOKKO SARA

Asiakaspalvelun digitalisointi kultasepäntoiminnassa

Opinnäytetyö 32 sivua, joista liitteitä 2 sivua
Lokakuu 2016

Työn digitalisaation uskotaan vaikuttavan asiakaspalvelun laatuun myönteisesti. Siksi näiden vaikutusten tutkimista voi pitää hyvin perusteltuna. Digitalisointi eli tiedon siirtäminen verkkoon lisää kilpailua ja tarjontaa, joten asiakaspalvelua kehittämällä yritys voi erottautua muista. Monipuolinen tapa hyödyntää digitalisaatiota yrityksessä on ottaa käyttöön toiminnanohjausjärjestelmä, joka kokoaa tiedon yhdelle palvelimelle ja automatisoi useita työtehtäviä.

Työn tarkoituksena oli kirjallisuuden ja tutkimushaastattelujen avulla raportoida, mitä vaiheita toiminnanohjausjärjestelmä Podion käyttöönottoon liittyy. Toimeksiantaja Kultasepäntoiminta Suokko piti tärkeänä analysoida myös prosessiin käytetty aika sekä sen aiheuttamat kustannukset. Yleisenä tavoitteena oli siis raportoida toimeksiantajalle kokonaiskuva toiminnanohjausjärjestelmä Podiosta, sekä löytää asiakaspalvelun ydinkohdat.

Tutkimushaastattelut muodostettiin kirjallisuuden perusteella ja toteutettiin puolistrukturoituina haastatteluina yrityksen esimiehelle ja vakitukselle työntekijälle. Tutkimuksen aineisto koostui haastatteluvastauksista, jotka jaettiin teemoittain ja analysoitiin tutkimuskysymysten pohjalta.

Asiakaspalvelun digitalisointi koettiin toimeksiantajayrityksessä erittäin tärkeäksi, ja toiminnanohjausjärjestelmä käytännölliseksi työkaluksi. Podion toiminnot ja järjestelmän rakentamisen vaiheet raportoitiin tarkasti haastattelujen pohjalta. Raportissa käydään läpi työntekijöiden päivittäiset asiakaspalvelutehtävät ja ne tekijät, jotka nousivat tärkeimmiksi kehityskohdiksi yritykselle. Erityisen merkittäväksi kehityskohdaksi nousi asiakassuhteiden luominen, jonka koettiin helpottuvan toiminnanohjausjärjestelmän myötä.

Jatkotutkimusmahdollisuuksia on useita. Toiminnanohjausjärjestelmän vaikutusta asiakaspalveluun voitaisiin tutkia esimerkiksi vuoden ja viiden vuoden päästä käyttöönotosta. Tieto verkottuu ja nyt käytössä oleva järjestelmä uusiutuu tulevaisuudessa nopeasti, mikä muodostaa uusia mahdollisuuksia kehittää asiakaspalvelua niin kivijalkaliikkeissä kuin verkkokaupassa.

Asiasanat: digitalisaatio, digitalisointi, asiakaspalvelu, toiminnanohjausjärjestelmä

ABSTRACT

Tampere University of Applied Sciences
Degree Programme in Business Administration
Proacademy – Entrepreneurship and Team Leadership

SARA SUOKKO

Digitization of Customer Service in a Jeweller's Shop

Bachelor's thesis 32 pages, appendices 2 pages
October 2016

The purpose of this study was to report on the phases of launching the ERP software Podio in the client company. At the same time, it was meant to evaluate the time used in the process and the expenses incurred, as hoped by the client company Kultasepäntiike Suokko. The aim of the study was to report on the general view of Podio and to find the key points in customer service.

The research interviews were drafted based on literature and carried out as semi-structured interviews to the employer and the permanent employee of the company. The research material consisted of the research interviews, divided into themes and analyzed based on the questions and answers.

The client company found the digitization of customer service as very important and the ERP software a useful tool. The features of Podio and the phases of customizing the system were reported thoroughly based on the research interviews. The report goes through the daily customer service tasks and the factors that stand out as the most important development issues for the company. Creating customer relationships came up as a very important issue, which was found to become easier with the ERP software.

The subject offers many ways for further study. The impact of the present ERP software on customer service could be re-examined for example a year or five years after the launching. Information networks and the software develops fast. This creates new possibilities for the development of customer service both in traditional stores and in web stores.

Key words: digitalization, digitizing, customer service, ERP software

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	6
2	DIGITALISAATION MÄÄRITELMÄ.....	8
	2.1. Digitalisaatio ja liiketoiminnan murros	9
	2.2. Digitalisointi asiakaspalvelussa	10
	2.3. Podio-toiminnanohjausjärjestelmä.....	11
3	TOIMEKSIANTAJA JA TUTKIMUSMENETELMÄT.....	13
	3.1. Yrityksen asiakaspalvelu ennen Podiota.....	13
	3.2 Tutkimuksen tarkoitus ja tavoite.....	14
	3.3 Tutkimuksen vaiheet.....	14
	3.4 Tutkimusmenetelmät	14
4	ASIAKASPALVELUN KEHITYS	18
	4.1 Podion kautta tapahtuvat työtehtävät ja päivittäinen toiminta.....	20
	4.2 Prosessiin käytetty aika ja kustannukset.....	22
	4.3 Raportointi järjestelmän käyttöönotosta	23
5	POHDINTA.....	26
	LÄHTEET	29
	LIITTEET	31
	Liite 1. Esimiehen tutkimushaastattelukysymykset	31
	Liite 2. Työntekijän tutkimushaastattelukysymykset.....	32

ERITYISSANASTO

toiminnanohjausjärjestelmä

digitalisointi

digitalisaatio

yrityksen digitaalinen tietojärjestelmä

tiedon siirtäminen verkkoon

digitaalisen teknologian yleistyminen

1 JOHDANTO

Tässä opinnäytetyössä tarkastellaan digitalisaation vaikutusta vähittäisliikkeen asiakaspalveluun. Yksinkertaisimmillaan digitalisaatio tarkoittaa tiedon siirtymistä verkkoon. Digitalisaation tuomat muutokset helpottavat työntekijöitä suoriutumaan tehtävistään nopeammin, koska asiakaspalvelussa tarvittava tieto on toiminnanohjausjärjestelmien kautta paremmin yhdisteltävissä. Tutkimuksen tarkoituksena on selvittää toiminnanohjausjärjestelmä Podioon liittyvät työtehtävät ja raportoida järjestelmän käyttöönottoon vaikuttavat tekijät.

Tarkoituksena on myös seurata, kuinka analysoitavaa dataa kuluttajakäyttäytymisestä on hyödyllisintä kerätä ja löytää yrityksen asiakaspalvelun ydinalueet. Työhön kuuluvat arviot prosessin kokonaiskustannuksista, jatkojalostusmahdollisuuksista ja prosessin onnistumisesta objektiivisesta näkökulmasta.

Opinnäytetyön toimeksiantajana toimii tamperelainen yritys Kultasepänliike Suokko. Yrityksen perusti vuonna 1991 kultaseppä Iiro Suokko ja se jatkaa toimintaansa perheyrityksenä Tampereen Tuomiokirkonkadulla kivijalkaliikkeenä, nettikauppana sekä tukkuliikkeenä. Kultasepänliike toimii myös alaan liittyvien tuotteiden maahantuoja muille kulta- ja kellosepänliikkeille.

Kultasepänliike Suokko antoi toimeksiannon raportista, joka kuvaa kaikki toiminnanohjausjärjestelmän käyttöönoton vaiheet. Aiemmin käytetty tiedostokanta toimii pohjana Podio-toiminnanohjausjärjestelmälle, joka kokoaa kaiken tiedon yhdelle palvelimelle. Yrityksellä on tavoitteena luoda ylivoimainen asiakaskokemus sekä verkossa että kivijalassa toiminnanohjausjärjestelmän avulla.

Järjestelmä kerää tiedon varaston arvosta ja tuotteista, sekä kaikista myyntitapahtumista. Podioon tallennetaan myös markkinointikampanjat, vanha kanta-asiakasrekisteri ja työohjeet työntekijälle. Nettikaupan asiakaskäyttäytymisen seuranta on helppoa verkkosivupalvelun työkaluilla. Kauppaliikkeessä tapahtuva myynti on vaikeampi tilastoida, koska epäonnistuneita kauppoja ei tällä hetkellä kirjata järjestelmään. Kun Podio otetaan käyttöön, jokainen myyntitilanne löytyy asiakkaan nimellä järjestelmästä myöhempää käyttöä varten.

Opinnäytetyön tavoitteena on raportoida asiakaspalvelun kehitystä vähittäiskaupassa. Digitalisaatio mahdollistaa kehityksen verkottamalla uuden tiedon vanhan tiedon kanssa, jolloin työtehtäviä on mahdollista automatisoida. Toiminnanohjausjärjestelmä Podio luo pohjan tietokannalle, jota työntekijä käyttää päivittäin sekä tietolähteenä että työkaluna.

2 DIGITALISAATION MÄÄRITELMÄ

Digitalisaation määritelmä on usein laajennettu tarkoittamaan kaikkea teknologiaan, tietokoneisiin ja 24/7-elämäntyyliin liittyvää. On kuitenkin harhaanjohtavaa puhua digitalisaatiosta tästä näkökulmasta, koska paremmin sana kuvaa modernia tapaa tehdä töitä. Se tarkoittaa työn muuttumista verkostoinnin avulla, joka mahdollistaa tiedon hyödyntämisen tehokkaammin. Kun puhutaan pelkästään laitteistamisesta, tarkoitetaan ennemminkin robotisaatiota. Digitalisaatio on tiedon muuttamista ja siirtämistä sähköiseen muotoon, ja sitä kehitystä jonka nämä toimintatavat mahdollistavat. Pelkkä teknologia itsessään ei luo lisäarvoa, ellei sitä käytetä tiedon jalostukseen. (Lindblom 2015.) Jalostaminen edellyttää, että tietokoneet ohjelmoidaan säilömään kaikki tieto niin, että sitä voi hyödyntää eri sovellusten kautta ja verrata toiseen säilötyyn tietoon. Tietokone toimii algoritmien ja ohjelmistojen avulla. Algoritmit saavat tietokoneet tekemään erilaisia toimintoja ja kun tiedon lisääminen digitaaliseen muotoon lisääntyy, algoritmit saavat dataa tiedon analysointia varten. Tietokonealgoritmit pystyvät korvaamaan monia töitä, joihin ennen tarvittiin ihmisiä. Tietoa kerätään tällä hetkellä enemmän kuin koskaan aiemmin, ja sille on olemassa käsite ”Big Data” eli suuret tietomassat. Big Dataa käytetään vielä vähän, mutta esimerkkinä voidaan käyttää nettimainontaa, jossa kuluttajien tietoja käytetään hyväksi markkinoinnissa. (Hiltunen & Hiltunen 2014.)

Digitalisointi tarkoittaa tiedon siirtämistä verkkoon ja tiedon verkottumista muun arkistoidun materiaalin kanssa. Toiminnanohjausjärjestelmät mahdollistavat eri sovellusten toiminnan keskenään ja laajemman organisoinnin kuin mitä ilman toiminnanohjausjärjestelmää on ollut mahdollista. Eri sosiaalisen median työkalut voi yhdistää toisiinsa, jolloin etukäteen luotu viesti lähtee eri palveluihin samaan aikaan. Kalenterit ja tilausaikataulut voi yhdistää toisiinsa, jolloin tilauksen tekemiseen ei jokaisella kerralla kulu aikaa. (Tech-FAQ 2014.) Tässä opinnäytetyötutkimuksessa digitalisoinnin tavoitteena on kehittää liiketoimintaa, eli sitä ei tarkastella vain teknologian näkökulmasta. Digitalisointi toimii työkaluna, mutta muutos ja tulos syntyvät yrityksen tavoitteista ja halusta kehittyä.

2.1. Digitalisaatio ja liiketoiminnan murros

Vuonna 2015 julkaistun Digibarometrin mukaan Suomi on parhaassa asemassa maailmassa hyötyä digitalisaation vaikutuksista. Kansalaiset osaavat käyttää pilvipalveluita hyvin verrattuna muihin Pohjoismaihin, sekä asioida verkossa sujuvasti. Muutos on kuitenkin tapahtunut hyvin nopeasti, ja suomalaiset kuluttajat käyttävät paljon ulkomaisia verkkokauppoja, joiden etuna on nopeampi palvelu ja suuri valikoima. (Manninen 2015.) Suomalaiset yritykset ovat kuitenkin olleet varovaisempia joillain digitalisoinnin osa-alueilla kuin muut Pohjoismaat. Suomessa hyödynnetään valtavasti tietoteknistä osaamista ja tietokoneohjelmat ovat maailman mittakaavassa huippulaatua. Myynti ulkomaille ja verkkokaupan kasvattaminen ovat sen sijaan jääneet muiden Euroopan maiden varjoon. Yrityksen liiketoiminnan kasvattamisen kannalta digitalisaatio on välttämätön osa tarvittavaa kehitystyötä. (Liimatainen 2015.)

Digiaikana yritys panostaa vieläkin usein eniten tuote- ja palvelukehitykseen samalla kun tuotteiden elinkaari lyhenee. Verkkokaupan täytyy tehdä ostoprosessista sujuva tuotteiden esittelyn ja ominaisuuksien kertomisen lisäksi. Nettisivujen työkaluilla on helppo kerätä prosessin aikana myös tietoja asiakkaista ja heitä kiinnostavista tuotteista. Kerätyllä datalla asiakkaille voidaan lähettää yksilöllisempiä viestejä tuotteesta tai palvelusta. Kasvun perustana on myynti, jota tiedon digitalisointi tukee. (Halme 2016.) Moni tieto on digitalisoinnin ansiosta vapaasti saatavilla, joten myynti muuttuu tiedon myynnistä asiantuntijapalveluiden myyntiin. Tiedon digitalisoinnin tarkoituksena on toimia välineenä yrityksen kehittämisessä. Samalla kun tuotevalikoima laajenee eksponentiaalisesti, hinnat romahtavat useilla aloilla. Kyseessä on informaatiovallankumous, kun entistä useamman tiedon löytää ilmaiseksi netistä. Verkkokaupat tuhoavat aiemmin täydelliset tuotteet ja tekevät mahdottomasta mahdollista. (Godin 2016.)

Digitalisaatio muuttaa myös yrityksen myyntitulojen lähdettä. Yritysten on totuttava siihen, että tulevaisuudessa myyntitulot koostuvat pienemmistä puroista kuin aiemmin. Kauppiasmallin mukaisesti verkossa on myytävänä konkreettinen tuote tai palvelu, joka on hinnoiteltu kappalemäärän mukaan. Tuotteen lisäksi yrityksen täytyy kilpailun koventuessa tarjota lisäarvoa asiakaspalvelulla, tiedolla tai muulla tavalla. Esimerkiksi digitaalisia sisältöjä voi muokata inspiroimaan asiakkaita ostopäätökseen kuvien tai videoiden avulla, ja verkkokauppaa muokata toimimaan helposti mobiililaitteella.

(Ruokonen 2016, 86–103.) Kilpailun koveneminen ei johda vain valikoiman laajentumiseen, vaan tuotteiden ja palveluiden muuttumiseen. Kun digitalisointi tavoittaa enemmän asiakkaita kuin aiemmin, on tuotteiden kehitystyökin asiakkailta saadun tiedon pohjalta nopeampaa. Vain hetki sitten tietokoneilla oli vaikeuksia ymmärtää puhuttua kieltä, mutta tällä hetkellä se on jo mahdollista. Samoin tiedon kerääminen kuva- ja videomateriaalista on kehittynyt valtavasti. Myynnin ja asiakaspalvelun näkökulmasta muutokset ovat suuria, ja kehityssuunta digitalisoinnin kannalta vain ylöspäin. (Avent 2014.)

2.2. Digitalisointi asiakaspalvelussa

Vähittäisliikkeen digitalisoinnin tavoitteena on kasvattaa liiketoimintaa, joten se alkaa yrityksen tavoitteiden määrittelyllä. Liikkeen tavoite on myynnin kasvattaminen. Toinen digitalisoinnin tuoma hyöty on työnteon tehokkuuden parantuminen. Toimivia ratkaisuja digitalisoinnin hyödyntämiseen on monia, ja helppokäyttöinen toiminnanohjausjärjestelmä toimii niille hyvänä alustana. Asiakaspalvelun digitalisointi tarkoittaa toimeksiantajayrityksessä taustatyön automatisointia ja asiakkaalle liikkeessä asioinnin jälkeen jäävän informaation lisäämistä.

Taustatyön digitalisointi toimeksiantajayrityksessä tarkoittaa sitä, että kanta-asiakkaan tiedot ovat yrityksellä rekisterissä ja helposti saatavilla. Asiakkaan mahdolliset aiemmat ostokset ovat kirjattuna järjestelmään ja tuotteiden löytäminen asiakkaalle on helpottunut. Asiakaspalvelun taustatyö jatkuu myös ostotapahtuman tai tutustumisen jälkeen, kun asiakkaalle voi lähettää häntä kiinnostavista tuotteista lisätietoa tai tarjouksen suoraan sähköpostiin. Tavoitteena toimeksiantajayrityksellä on, että jokainen palvelukerta kirjataan ylös, jotta seuraavalla kerralla saman asiakkaan palveleminen on helpompaa.

Yrityksen tuotteiden tai palvelujen käyttäjälle digitalisoinnista voi olla suurta hyötyä, koska se helpottaa tuotteeseen tutustumista. Asiakaspalvelutapahtuma on vähittäisliikkeessä henkilökohtaisempaa kuin verkkokaupassa, koska monet ostotapahtumaan liittyvät toiminnot on verkkokaupassa automatisoitu. Vähittäisliikkeessä asiakas pystyy esittämään myyjälle kysymyksiä reaaliajassa. Kun kuluttaja asioi liikkeessä, hän voi konkreettisesti nähdä tuotteet tai palvelut.

Asiakaspalvelun digitalisointi ei siis tarkoita vain verkkokaupan kehittämistä. Myyntitilanne liikkeessä on asiakkaalle miellyttävämpi, kun tiedonhaku on nopeaa.

Nykyään vielä harvassa yrityksessä on taitoa analysoida asiakasdataa segmentointia pidemmälle. Yrityksille on tärkeää siirtyä pois pelkästä menneisyyden toteamisesta ja alkaa ennustaa asiakaskäyttäytymistä. Jatkuva analysointi ja ennakointi vaativat resursseja, joita monilla yrityksillä ei ole. Edistynyt analytiikka on paras keino suunnitella myyntiä ja markkinointia. (Tarkiainen 2016.) Toiminnanohjausjärjestelmä antaa analysointiin työkaluja, jotka ilman järjestelmää olisivat hajallaan eri ohjelmistoissa ja tietokannoissa. Yhdistämällä olemassa olevaa dataa asiakaskäyntien tietoihin saadaan parempi kokonaiskuva yrityksen asiakkaista ja asiakaspalvelun kehityskohdista.

Asiakaspalvelun kehittämisessä täytyy kiinnittää huomiota moneen asiaan. Esimerkiksi verkkokaupan toimivuus vuorokauden ympäri ja ruuhkaisimpina aikoina on tärkeää. Hyvässä verkkokaupassa tilaaminen on helppoa, eikä vaadi erityisiä teknisiä taitoja. Sosiaalisen median kanavat ovat aktiivisia ja niissä vastataan kuluttajien kysymyksiin nopeasti. Henkilökohtainen apu on saatavilla esimerkiksi chat-palvelun kautta, ja mahdollista mobiiliapplikaatiota voi itse räätälöidä. Tärkeä palvelu, jota ei suuressa osassa yrityksiä käytetä, on kohdennettu viestintä. Itsepalvelu lisääntyy, mutta asiakkaat arvostavat henkilökohtaista palvelua. (Vieri 2016.)

2.3. Podio-toiminnanohjausjärjestelmä

Podio on toiminnanohjausjärjestelmä, jonka toimeksiantajayritys on valinnut digitalisoinnin työkaluksi. Podion kehittäjä, yhdysvaltalainen Citrix Systems on IT-alan yritys, joiden tuotteisiin kuuluu verkkoratkaisuja, pilvipalveluita ja muita digitalisointityökaluja. Podiossa yhdistyvät työtehtävien organisointi, työtiimien muodostaminen, raportointi ja tilastointi sekä liitettävien lisäsovellusten kautta rajattomat mahdollisuudet työtehtävien suorittamiseen ja automatisointiin. (Podio 2016.)

Useimmat toiminnanohjausjärjestelmät ovat lähtöisin materiaalien hallintaan tarkoitetuista MRP-järjestelmistä. Nykyaikaiset toiminnanohjausjärjestelmät muodostuvat moduuleista, jotka ovat rakennettu tarvelaskennan ympärille. Taloushallinnon toiminnot ja tuotannonohjausjärjestelmät ovat yhdistyneet MRP-

järjestelmien alkuperäiseen tarkoitukseen, ja nykyään järjestelmät voivat kerätä yrityksen kaikki toiminnot samalle tietokannalle. (Logistiikan Maaailma 2016.) Toimeksiantajayritys suoritti tutkimuksia muusta ohjelmistotarjonnasta ennen valintaa, ja Podio valittiin muokattavuutensa perusteella. Podioon saa yhdistettyä huomattavan määrän kolmansien osapuolien tekemiä sovelluksia, joiden kautta jo tietokoneilla oleva tieto saadaan liitettyä osaksi järjestelmää. Podio kehittää myös jatkuvasti omia sovelluksia, joita siihen voi yhdistää ja tarjoaa tukea Podio-yhteisön avulla. Yhteisön kautta palvelun käyttäjä löytää nopeasti ongelmiinsa vastaukset. Toinen yrityksen vakituisista työntekijöistä on räätälöinyt palvelua juuri Kultasepänliike Suokolle toimivaksi ja muokannut sen toimintoja tärkeysjärjestyksessä.

3 TOIMEKSIANTAJA JA TUTKIMUSMENETELMÄT

Kultasepänliike Suokko on perustettu vuonna 1991. Alkuvuosina perustaja Iiro Suokko harjoitti kultasepän ammattia tilauskoruja ja huoltotöitä tehden. Muutto kotikaupunkiin Tampereelle, oman myymälän avaaminen, tukkumyynnin lanseeraus ja omat timanttikoru- ja kihlasormusmallisto ovat olleet suurimmat askeleet kehityksessä 2010-luvulle mennessä. Yritys on Suomen Kelloseppäliiton jäsen, ja Suomen Gemmologisen Seuran jäsenyyttä edustavat diplomigemmologit Iiro ja Teija Suokko. Kultasepänliike Suokolla on oma jalokivilaboratorio, joten yritys palvelee asiakkaita myös jalokivitunnistukseen liittyvissä asioissa. (Suokko 2016.)

Kultasepänliike Suokko perusti ensimmäiset nettisivut vuonna 1996, ja verkkokaupan kesällä 2012. Digitalisointi on kuitenkin toiminnanohjausjärjestelmän myötä yrityksessä laajempaa kuin koskaan aiemmin. Työn tuottavuuden ja ajankäytön hallinnan kannalta toiminnanohjausjärjestelmä muuttaa tavallisimpiakin työtehtäviä ratkaisevasti.

3.1. Yrityksen asiakaspalvelu ennen Podiota

Ennen Podion käyttöönottoa toimeksiantajayrityksessä jokainen asiakaspalvelukerta pyrittiin päättämään siihen, että asiakas liittyy kanta-asiakasrekisteriin ja jättää yhteystietonsa yritykselle myynti- ja markkinointikäyttöön. Kanta-asiakasrekisteriä ylläpidettiin Suomen kassajärjestelmät-palvelun kautta ja oli näin yhteydessä vain kassaan. Tietokoneella käytettävä kassajärjestelmä ei kuitenkaan ole yhteydessä Podion kaltaisiin pilvipalveluihin, eikä sitä tulla sellaisenaan yhdistämään Podioon. Kanta-asiakasrekisteri voidaan kuitenkin siirtää suoraan Podioon. Asiakkaalta otettiin ylös myös tiedot tuotteesta, josta hän oli kiinnostunut, ostanut tai tuonut huoltoon. Jos asiakas oli pyytänyt jostakin tuotteesta lisätietoja, hänelle lähetettiin sähköpostia tai asia hoidettiin puhelimen välityksellä. Myös hinta -ja tuotekyselyt kirjattiin ylös paperille ja hoidettiin eteenpäin viemällä paperit oikeisiin kansioihin. Huolto- ja korjaustyöt otettiin vastaan ja tuotteen tiedot kirjattiin työpusseihin, jotka lajiteltiin kiireellisyyden ja työn vaativuuden perusteella, sekä sen mukaan, missä korjaustyö tehdään. Työpussit toimitettiin kulta- tai kelloseppälle ja lopuksi asiakkaalle ilmoitettiin, kun tuote on noudettavissa huollosta. Podion käyttöön sisältyy myös monia toimintoja, jotka eivät suoraan liity

asiakaspalveluun, mutta jotka otetaan huomioon tutkimuksen raportoinnissa. Podiosta saadaan tällä tavalla paras mahdollinen kokonaiskuva toimeksiantajalle. Mahdollisimman moni toiminto on tarkoitus siirtää toteutettavaksi Podiossa.

3.2 Tutkimuksen tarkoitus ja tavoite

Tutkimuksen tarkoituksena oli raportoida toiminnanohjausjärjestelmä Podion käyttöönottoon liittyvät vaiheet. Työ sisältää myös arvioinnin prosessiin käytetystä ajasta ja kustannuksista. Toimeksiantajalle annettiin kokonaiskuva siitä, millä tavoin Podio muuttaa työntekoa yrityksessä. Raportointi käyttöönoton vaiheista tarkoittaa selvennystä siitä, mitä Podion käyttöönoton eteen ollaan yrityksessä tehty ja kuinka sen soveltaminen yrityksen käyttöön jatkuu tulevaisuudessa. Tavoitteena oli löytää asiakaspalvelun ydinkohdat, jotka auttavat työntekijää hyödyntämään Podiota parhaalla mahdollisella tavalla. Toimeksiantaja halusi myös objektiivisen näkökulman siitä, miten projektissa on onnistuttu tähän mennessä ja kuinka sitä voitaisiin jatkaa.

3.3 Tutkimuksen vaiheet

Tutkimuksen vaiheisiin kuului digitalisaation merkityksen selvittäminen ja toimeksiantajayrityksen nykyisiin toimintatapoihin tutustuminen. Varsinainen tutkimusosuus toteutettiin haastattelemalla toimeksiantajaa ja yrityksen työntekijää toiminnanohjausjärjestelmän käytöstä ja prosessiin kuuluvista erilaisista vaiheista. Haastattelukysymykset olivat muokattu työntekijälle ja toimeksiantajalle erikseen, joten kummassakin haastattelussa saatiin vastauksia erilaisiin tutkimuskysymyksiin. Haastattelu suoritettiin työaikana toimeksiantajayrityksessä, ja vastaukset kirjattiin ylös haastatteluhetkellä.

3.4 Tutkimusmenetelmät

Tutkimus toteutettiin prosessin raportointimuodossa, mutta se sisältää kvalitatiivisen eli laadullisen tutkimuksen elementtejä. Raportin pohjaksi toteutetaan kaksi puolistrukturoitua haastattelua. Haastattelujen perusteella voitiin tehdä johtopäätöksiä,

jotka antavat toimeksiantajalle selkeän kuvan koko prosessista. Haastattelussa käytettiin avoimia kysymyksiä, jotta vastaaminen olisi mahdollisimman epäohjailtua verrattuna monivalintakysymyksiin. Haastattelukysymykset luotiin etukäteen, mutta ne esitettiin haastattelussa luonnollisen keskustelun edetessä loogisessa järjestyksessä. Haastattelu eteni siten, että joidenkin kysymysten kohdalla vastaus tuli moneen kysymykseen kerralla, joten niiden toistaminen ei ollut tarkoituksenmukaista.

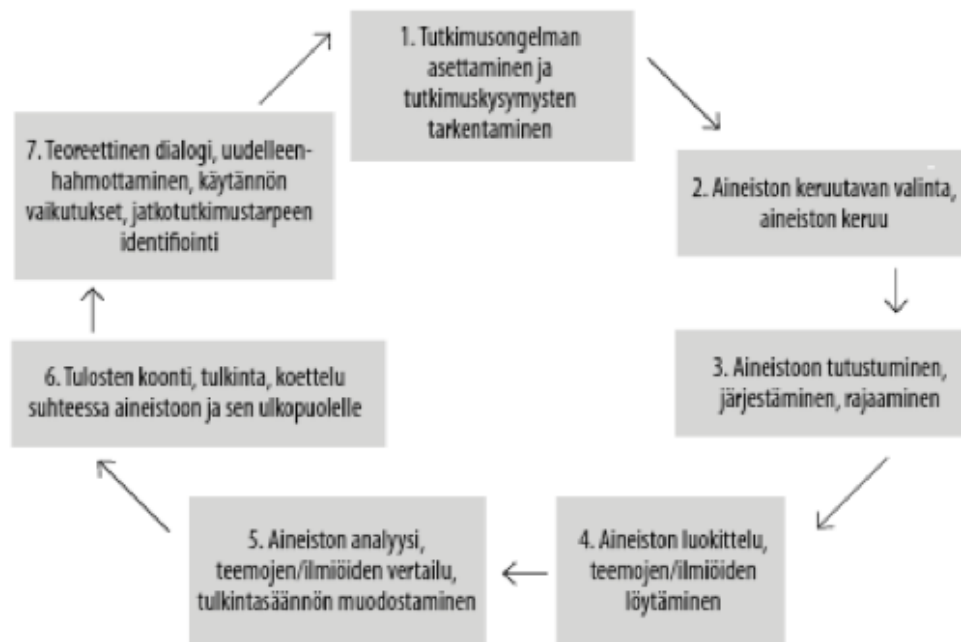
Ihmistä haastateltaessa tutkija joutuu usein muokkaamaan kysymyksiä tilanteen edetessä, koska kaikki toiminta ja ajattelu ei ole täysin ennakoitavissa. (Vilkkä 2015, 56). Haastattelu on eräänlainen keskustelu, joka toimii tutkijan ehdoilla ja ohjauksessa. Suomessa yleisin tapa kerätä laadullista aineistoa on teemahaastattelu. Se poikkeaa hieman kysymys-vastaus-tyyppisestä haastattelusta, koska etenee tutkijan ja haastateltavan keskustelun perusteella aiheen sisällä kysymyksestä toiseen. Tässä tutkimuksessa käytettiin perinteistä kysymys-vastaus-tekniikkaa, mutta haastattelu toteutettiin keskustellen ja jatkokysymyksiä esittäen. Parhaiten tutkimuksessa käytettyä tekniikkaa kuvaa puolistrukturoitu haastattelu, joka toteutetaan kysymyksillä, joihin haastateltava vastaa omin sanoin. (Aaltola & Valli 2007, 26–27.)

Tutkimushaastattelu eroaa merkittäväällä tavalla journalistisesta haastattelusta. Tutkimushaastattelussa haastateltavalta ei kysytä suoria tutkimuskysymyksiä, joita referoimalla voidaan kirjoittaa tuloksia ylös. Ennen haastattelua luodaan tutkimuskysymykset, joihin halutaan haastattelun perusteella saada vastaus. Itse haastattelukysymykset ovat tarkempia ja luovat tutkijalle analysoitavaa dataa. Tutkija tarvitsee kolmannet, aineistolle kohdennetut kysymykset, jotta voi perustella tutkimustuloksiaan. Tutkimus täytyy tavallaan aloittaa alusta, kun haastatteluosuus on suoritettu. Tutkimuksen tuloksena ei ole aineiston täydellinen analyysi, koska sitä on mahdotonta tutkia loppuun asti. Tarkoituksena on, että aineistoa verrataan keskenään, sitä luokitellaan ja sen kanssa keskustellaan. Valittu näkökulma tutkimusongelmaan määrää lähestymistavan tuloksiin, koska täysin yhtä ja oikeaa tapaa on mahdoton toteuttaa. (Ruusuvoori, Nikander & Hyvärinen 2010, 10–11.)

Aineisto ei tarjoa suoria vastauksia tutkimuskysymyksiin, joten tutkijan on esitettävä sille analyttisiä kysymyksiä, jotka muotoutuvat tutkimuksen edetessä. Haastattelujen aikana pidetty tutkimuspäiväkirja helpottaa aineiston läpikäymistä ja analysointia. Päiväkirjaan tutkija voi kirjata huomiota haastattelusta sekä ajatuksiaan haastattelusta ja sen kulusta.

Laadullisen tutkimuksen tarkoitus on löytää uusia tapoja ja merkityksiä kuvata ympäristöä. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa ei keskitytä keskiarvoihin ja yksikköihin, vaan etsitään eroavaisuuksia ja yhteneväisyyksiä haastateltavien kesken. Varsinkin pienemmissä otoksissa, joissa haastateltavia on vähän, on tärkeää paneutua haastateltavien tapoihin antaa merkityksiä eri asioille. (Ruusuvuori ym. 2010, 13, 15, 17.)

Ruusuvuori ym. (2010, 12) on kuvannut kvalitatiivisen tutkimuksen analyysia vaihe vaiheelta (kuvio 1). Käytännössä vaiheet nivoutuvat toisiinsa ja tapahtuvat osittain samaan aikaan, ja joihinkin osioihin täytyy palata raportointivaiheessa. Kuviosta saa kuitenkin kokonaiskuvan, jonka pohjalta aineistoa on helpompi lähestyä.



KUVIO 1. Kvalitatiivisen tutkimuksen analyysi (Ruusuvuori ym. 2010, muokattu)

Lopullisen tutkimustulosten raportointi ei ole vain kerätyn aineiston toistoa, vaan tutkijan näkemys siitä, kuinka aineisto vastaa tutkimuskysymyksiin. Kuvion viidennessä kohdassa siirrytään luokittelusta ja järjestämisestä analyysivaiheeseen, jossa tutkijan kyky etsiä aineistosta vastauksia tulee esille. Usein raportista tulee liian laaja, koska tutkija ei ole osannut rajata aihetta tarpeeksi kapeaksi. Toisin sanoen aineisto usein yllättää tutkijan. Sellaisessa tilanteessa tutkijan on hyödyllistä esittää aineistolle jatkokysymyksiä ja rajata aihetta tarkemmaksi. (Ruusuvuori ym. 2010, 12–13, 18–20.)

Tulosten koontivaiheessa analyysia kirjoitetaan auki lukijalle selkeällä tavalla. Analyysin purkaminen ei ole täysin objektiivista, koska se perustuu tutkijan itse suorittamiin haastatteluihin. Ruusuvuoren ym. (2010, 22) mukaan tärkeintä yhden tradition perusteella on koko aineiston kattava yleiskuvan luominen, vaikka jokaisen osion tarkastelu jäisikin vähemmälle. Toisen perinteisen tutkintatavan mukaan tärkeimmät asiat piilevät yksityiskohdissa, jolloin kokonaiskuva jää hajanaisemmaksi. Tässä opinnäytetyössä tarkoituksena oli kerätä ainestoa, jotta kuvatusta prosessista saadaan toimeksiantajalle yhtenäinen raportti.

Tutkimukseen sisältyi kaksi erillistä haastattelua, joista toinen suoritettiin toimeksiantajalle eli yrityksen esimiehelle, ja toinen yrityksen vakituiselle työntekijälle. Työntekijä on yrityksessä vastuussa Podio-toiminnanohjausjärjestelmän käyttöönotosta ja kehittämisestä. Tutkimushaastattelujen kysymykset poikkesivat toisistaan yhtä kysymystä lukuun ottamatta, joten vastauksista voitiin tulkita erikseen työnantajan ja työntekijän näkemykset. Vastaukset täydentävät toisiaan ja antavat kokonaiskuvan Podion ominaisuuksista ja mahdollisuuksista. Aineisto kategorioitiin tutkimustulosten perusteella teemoihin, jotka jaotellaan seuraavassa luvussa alaotsikoin. Lopuksi aineisto analysoitiin tutkimustulosten perusteella kategorioittain, mikä kokoa tutkimustuloksista ja analyysista kokonaisraportin.

4 ASIAKASPALVELUN KEHITYS

Haastatteluvastausten perusteella asiakaspalvelun laadun voidaan odottaa paranevan merkittävästi Podion käyttöönoton jälkeen. Aikatauluissa pysyminen helpottuu, kun myöhästymisiä voidaan seurata yhden järjestelmän kautta. Sähköpostilla tehdyt tilaukset eivät katoa postilaatikkoon, vaan ne syötetään ja käsitellään järjestelmässä automaattisesti. Tarjoukset pystytään lähettämään jokaisen kyselyn jälkeen asiakkaalle sähköpostiin tai tekstiviestillä, riippumatta siitä onko kysely tehty liikkeessä vai nettisivujen kautta. Yhteydenpitoa asiakkaisiin voidaan parantaa kohdennetuilla tarjouksilla, esimerkiksi jo kihlasormukset ostaneelle parille ei seuraavassa uutiskirjeessä tai ilmoituksessa lähetetä kihlasormusmainosta. Podion kautta yhdistetty sähköpostipalvelin tai muu Podion lisäsovellus mahdollistaa yhteydenpidon niin, että asiakas saa jokaisesta asioinnistaan liikkeessä muistiinpanot, joihin hän voi palata myöhemmin. Tarjous tai muistiinpanot lähetetään asiakkaalle, vaikka kauppoja ei oltaisi vielä suunniteltu. Verkkokauppa-asiakkaalle voidaan lähettää tarjous häntä kiinnostaneista tuotteista ostoskorin perusteella.

Huolto- ja takuuasioiden nopea käsittely tulee mahdolliseksi, kun ne voidaan Podion kautta toimittaa suoraan asiakkaalle. Juuri asiakkaan tuotetta koskevat takuuohjeet voidaan lähettää hänelle sähköisesti ja automaattisesti oston yhteydessä tai asiakkaan niitä kysyessä. Tärkeäksi parannukseksi asiakaspalvelun osalta koettiin se, että asiakashistorian kerääntyminen on Podion kautta automaattista. Kaikki toteutuneet kaupat ja tarjoukset näkyvät asiakkaan nimellä ja helpottavat työntekijää seuraavien kauppojen solmimisessa. Asiakkailta pyritään saamaan yhteystiedot niin liikkeessä kuin nettisivuilla asioidessa, vaikka myyntitilanne ei olisi johtanut kauppoihin. Sekä nämä tilanteet, että toteutuneet kaupat keräävät asiakkaista tietoa, joiden avulla heille voidaan ohjata kohdennetumpia mainoksia ja parempaa palvelua.

Aiemmin asiakkaita pyydettiin liittymään kanta-asiakasrekisteriin täyttämällä liikkeessä paperinen liittymislomake tai nettisivuilla syöttämällä tiedot sähköiseen lomakkeeseen. Podion myötä kanta-asiakastekisteri uudistetaan ja yhteystietonsa antaneet asiakkaat luokitellaan vip-asiakkaisiin, joille voidaan lähettää erilaisia mainoksia ja kutsuja tapahtumiin. Vip-asiakkaat voivat osallistua teemaitoihin ja mahdollisesti osallistua tuotekehitykseen ja uusien tuotteiden brändäykseen. Vip-asiakkuus korvaa vanhan kanta-

asiakkuuden, mutta tuo vain nimellisen muutoksen vanhoille asiakkaille, jotka ovat aiemmin jo liittyneet asiakasrekisteriin.

Kun asiakas haluaa tietoa aiemmista ostoksistaan tai kysyä tilauksestaan, Podion kautta tiedot löydetään nopeasti. Huolto-töistä asiakkaalle annettava informaatio voidaan lähettää Podion kautta automaattisesti. Tieto tuotteista ja palveluista on myös helpommin saatavilla kirjautumalla omaan asiakastiliin nettisivujen kautta. Kirjautumisen jälkeen asiakas näkee omalla tilillään hänelle suunnatut alennukset, toteutuneet kaupat ja tarjoukset. Podion avulla ja nettisivuja kehittämällä asiakkaille voidaan antaa yksilöllisempää palvelua.

Asiakaspalvelun kehittämiseksi sekä asiakkaita että tuotteita täytyy kategorisoida tarkemmin. Vanhan tiedon sekä uuden datan yhdistäminen on tärkeää, jotta jokaisen tuoteryhmän valikoima voidaan luokitella. Luokittelun tulee tapahtua tarkasti. Jos käytetään esimerkkinä kelloja, tulee ne kategorisoida naisten ja miesten kelloihin, brändin mukaan, värin, koon ja materiaalien perusteella sekä oston jälkeen lahjaksi tai itselle ostetuksi tuotteeksi. Tuotteiden ja palveluiden luokittelu mahdollistaa myynnin kehittämisen, koska yrityksessä voidaan keskittyä parhaiten myyvien tuotteiden valikoimaan tai vaihtoehtoisesti kehittää heikommin menestyviä tuoteryhmiä. Tietyistä tuoteryhmistä voidaan myös heikon myynnin perusteella luopua, kun niistä saadaan helposti tilastotietoja. Varsinkin esimiehen tutkimushaastattelussa kävi ilmi, että kategorisointia ei toimeksiantajayrityksessä ole vielä aloitettu niin tarkasti kuin se on tarpeen. Tuotteet ovat nettikaupassa jaettuna alaotsikoin, mutta tilastollista dataa ominaisuuksien perusteella lajiteltujen tuotteiden myynnistä ei vielä ole. Podiossa jokainen tuotekortti lajitellaan tarkemmin kuin vanhassa kassajärjestelmässä, mikä mahdollistaa paremman myynnin seurannan. Kategorioissa voidaan eritellä myös esimerkiksi eri vuodenaikoina eniten myyvät tuotteet. Asiakas saa paremmin kohdennettua palvelua, kun esimerkiksi kultasepäanalalla yleiset erilaiset myyntisesongit on otettu huomioon tuotevalikoimassa.

Vastausten perusteella voidaan analysoida, että Podion käyttö näkyy asiakkaalle asiakaspalvelun nopeutumisenä. Asiakas saa myös suoraan hänelle kohdennettua tietoa Podion kautta, mikä aiemmin ei yrityksessä ollut mahdollista. Suureksi hyödyksi koettiin Podion päivittämisen helppous. Samoja tuotetietoja täytyi ennen Podiota päivittää erikseen kassajärjestelmään, brändin nettisivuille sekä verkkokauppaan. Podion kautta

pystytään tekemään sama työ vain kerran, eikä virheitä esimerkiksi verkkokaupan tuotesaldossa pääse tapahtumaan. Toinen haastatteluissa tärkeäksi kehityskohdaksi noussut asia oli asiakassuhteiden luominen. Kokemus, joka asiakkaille halutaan jäävän liikkeessä tai verkkokaupassa asioimisen jälkeen, ajateltiin myyntivalttina verrattuna muihin alan liikkeisiin. Sekä työntekijä että esimies korostivat vastauksissaan asiakassuhteen huomioimisen yritykselle erityisen tärkeänä varsinkin markkinoinnin suunnittelussa.

Esimies painotti haastatteluvastauksissaan työn muuttumista fyysisestä varastotyöstä digitaaliseen kaupankäyntiin. Kauppa siirtyy enemmän verkkoon ja painopiste on tulevaisuudessa nettikaupoissa. Vaikka kultasepäanalalla on perinteitä ja toimintoja, joita ei voida nykyisen teknologian avulla täysin siirtää verkkoon, on alan valmistauduttava muutoksiin. Esimerkiksi kihlasormusasiakkaiden tilatessa sormuksia liikkeessä sormien koot mitataan tarkasti, jotta väärän kokoisien sormusten valmistukselta välttyttäisiin. Internetin kautta sitä ei vielä pystytä luotettavasti tekemään. Podion avulla asiakkaiden tietoja voidaan kuitenkin tallentaa kattavammin, eikä sormen mittaamista tarvitse välttämättä jokaisen tulevan ostotapahtuman yhteydessä tehdä. Podioon voi asiakkaille luoda tiedoston, jonne esimerkiksi asiakasta kiinnostavien tuotteiden tiedot voi tallentaa myöhempää käyttöä varten.

4.1 Podion kautta tapahtuvat työtehtävät ja päivittäinen toiminta

Haastatteluvastauksissa listattiin, mitä toimintoja Podiossa tullaan käyttämään ja kuinka paljon työnteko yrityksessä muuttuu lähitulevaisuudessa. Tilastoidun ja pilvipalveluihin ladatun tiedon jalostaminen ovat Podioon liittyvien toimintojen tavoite. Tietoa ei vain kerätä samaan tietokantaan, vaan tiedon on oltava yhteydessä toisiinsa ja luotava automaattisia polkuja eri sovellusten ja toimintojen välille. Podion yhteensopivuus muiden sovellusten kanssa nousi tärkeäksi ominaisuudeksi, joka vaikuttaa työtehtävien automatisointiin. Podion hyviin ominaisuuksiin kuuluu yhteensopivuus monen ulkopuolisen luoman sovelluksen kanssa, jota kautta toiminta monipuolistuu huomattavasti.

Podioon voi liittää asiakaspalveluun liittyvät toiminnot, kuten tilausten ja tarjousten laatiminen ja lähettäminen, asiakasrekisterin ylläpito sekä huolto- ja korjaustöiden tiedot.

Järjestelmään saa kirjattua myös hinnastot, varaston tiedot ja tuotetiedot eri tuoteryhmistä. Eri kategorioihin voidaan sijoittaa esimerkiksi tiedot yhteistyökumppaneista ja jälleenmyyjistä. Erilaiset myyntiraportit ja tilastot voidaan päivittää automaattisesti Podion kautta ja ne voidaan lähettää tasaisin väliajoin haluttuun tiedostoon. Kaikkia automatisointeja on haastattelun perusteella mahdotonta listata, mutta Podioon voidaan tallentaa tietoja esimerkiksi toimisto-tarvikkeista, lähtien siitä mitä mustetta tulostimet käyttävät.

Podiosta saadaan suora yhteys Googlen sovelluksiin, Evernote-muistio-ohjelmaan, Microsoft-ohjelmiin, tällä hetkellä käytössä oleviin sosiaalisen median sovelluksiin kuten Facebookiin ja Instagramiin, videochat-konferenssityökaluihin ja pilvipalveluihin kuten Box, Sharefile ja Dropbox. Podioon on jo liitetty erilaisia sovelluksia, kuten Globiflow, joka esimerkiksi helpottaa tilausten lähettämistä tehtaalte. Osa sovelluksista on kehitetty kolmansien osapuolien toimesta suoraan Podio-toiminnanohjausjärjestelmää varten, ja osa on valmiiksi sen kanssa yhteensopivia. Nettisivut voidaan tulevaisuudessa yhdistää Podioon, jolloin niiden päivittäminen onnistuu samalla esimerkiksi varaston päivittämisen kanssa. Podion kautta voidaan jatkossa käyttää myös Zapier-sovellusta, joka yhdistää toisiinsa 700 erilaista sovelluspalvelua. Zapier toimii linkkinä sovellusten välillä, jotta kaikkeen on yhteys Podion kautta.

Podio koettiin helppokäyttöiseksi toiminnanohjausjärjestelmäksi. Ohjelmoiminen ja toimintojen muokkaaminen vaatii asiantuntijuutta, joten haastateltu työntekijä toimii yrityksessä järjestelmän tukihenkilönä. Podio koettiin tarpeelliseksi, koska keskitetty sähköinen toiminnanohjausjärjestelmä kokoaa kaiken tiedon yhteen ja vastaa suoraan yrityksen tarpeisiin. Erillisiä Excel-taulukoita tai paperisia tositteita ei Podion käyttöönoton jälkeen tarvita.

Yksi suurimmista Podion tuomista positiivisista muutoksista on tietojen päivittämiseen menevän ajan väheneminen käyttöönoton jälkeen. Etenkin työntekijän haastattelussa esiin nousi Podion nopeakäyttöisyys. Vaikka uusien toimintojen rakentamiseen menee aikaa yhteensä useita työpäiviä, niiden käyttämiseen kuluu työaikana vain minuutteja. Tietojen syöttämiseen tietokoneelle on aiemmin yrityksessä kulunut useita työtunteja, joita voisi käyttää tehokkaammin muissa tehtävissä. Tiedot ovat kuitenkin olleet tärkeitä arkistoida, joten työtunteja on täytynyt käyttää kyseisiin tehtäviin. Podio automatisoi esimerkiksi jokaisen tuotekategorian myynnit erikseen, jolloin tilastot ovat järjestelmässä

valmiina tulkittaviksi. Järjestelmä nykyaikaistaa toimintoja ja vähentää kuormaa jokapäiväisissä mekaanisissa toiminnoissa ja organisoimisessa.

Haastatteluvastauksista kävi ilmi, että työntekijöiden avuksi koottava tietopankki koettiin tärkeäksi osaksi uutta järjestelmää. Rekrytointitiedot, perehdyttämismateriaalit ja aiemmat asiakaskokemukset saadaan kerättyä Podioon, minkä johdosta työntekijä löytää niihin liittyvät kysymykset ja vastaukset samasta paikasta. Aiemmin perehdyttäminen on toteutunut mallioppimisen ja erillisten kansiodien ulkoaopettelun kautta, mutta Podion käyttöönoton jälkeen tiedot saadaan kerättyä selkeämmin ja helpommin ymmärrettävään muotoon. Podion kautta tiedostoihin voi myös palata ja läpikäytyjä tietoja kerrata helpommin.

Vastauksista voitiin vetää johtopäätös, että työntekijöiden vastuualueet tulevat selkeämmiksi Podion myötä. Työtehtävät tarkentuvat ja automatisoituvat, mikä tuo muutoksia työnkuvaan. Esimiehellä on tarkempi kuva työntekijöiden osaamisesta myyntityöstä, kun Podio kerää kaiken asiakaskäyttäytymisen ja myynnin vaiheet järjestelmään. Toteutumattomia kauppvoja voidaan käydä läpi ja niistä voidaan ottaa oppia vastaavanlaisia tilanteita varten. Moni aiemmin tarpeellinen taustatyö poistuu, kun Podio osaa yhdistellä tietoa automaattisesti. Kun työtehtävät taustatöiden osalta vähenevät, työntekijöille jää enemmän aikaa myyntityöhön ja sen kehittämiseen. Uuden järjestelmän halutaan näkyvän asiakkaille nopeampana ja henkilökohtaisempana palveluna. Myyntitilanteesta muodostuu myyjälle helpompi ja sitä kautta asiakkaalle tulee luontevammaksi esittää vaikeitakin kysymyksiä tuotteista. Toiminnanohjausjärjestelmän opettelu ei ole ongelma työntekijöille, kun siihen laaditaan selkeät ohjeet ja toiminnot käydään koulutuksessa läpi.

4.2 Prosessiin käytetty aika ja kustannukset

Podion ohjelmointi yrityksen tarpeisiin on kestänyt puolitoista vuotta, mutta aktiivisesti sitä on tehty yhteensä noin kahdeksan kuukautta. Yrityksen muutto ja muut työtehtävät ovat hidastaneet prosessia, ja joidenkin osa-alueiden ohjelmointiin on kulunut yllättävän paljon aikaa. Haastatteluvastauksista kävi ilmi, että Podio halutaan ottaa käyttöön mahdollisimman valmiina, niin ettei se alkuvaiheessakaan hidastaisi muita työtehtäviä. Kehitysvaiheessa oli mietitty, minkälaisilla laitteilla Podiota tullaan käyttämään ja kuinka

se soveltuu tableteille ja pöytätietokoneille. Podio halutaan saada toimivaksi erilaisilla alustoilla, jotta se on asiakaspalvelussa nopea apuväline.

Podion hinta koostuu kuukausittaisesta lisenssistä. Käyttömaksu on portaikkomainen, ja valittavana on Basic, Plus, Premium ja Enterprise-versiot. Plus-versio on kaikista suosituin, joka avaa monia automatisaatio-mahdollisuuksia järjestelmän käyttäjälle. Toimeksiantajayritys valitsi kuitenkin Premium-version, jonka kuukausittainen hinta on 24 dollaria. Premiumissa on paljon enemmän mahdollisuuksia muokata järjestelmää yrityksen omien tarpeiden mukaan, ja siihen saa yhdistettyä Podiolle suunnitellun Globiflow-lisäosan. Premiumia voi myös käyttää sujuvammin mobiililla kuin Plus-versiota. Kaikista laajin Podion vaihtoehtoista on Enterprise, joka tarjoaa Podion käyttöön lisää muistitilaa. Se kuitenkin soveltuu parhaiten suurien organisaatioiden käyttöön, ja toimeksiantajayritykselle Premium-versio tarjoaa kaikki tarvittavat ominaisuudet. Vuosittain Podion käyttö maksaa yritykselle 288 dollaria.

4.3 Raportointi järjestelmän käyttöönotosta

Toimeksiantajayritys halusi käyttöönsä toiminnanohjausjärjestelmän, jota voisi itse muokata. Podion ohjelmoinnissa avainasemassa on ollut toimeksiantajayrityksen työntekijä, joka on rakentanut järjestelmää alusta asti yritykselle sopivaksi. Podion ominaisuuksiin tutustumiseen käytettiin aikaa, jotta voitiin kartoittaa mitkä kaikki työtehtävät voitaisiin suorittaa sen avulla. Ohjesivuihin tutustumalla työntekijä vakuuttui, että Podio on paras mahdollinen vaihtoehto yritykselle. Podiota pystyi kokeilemaan aluksi ilmaiseksi, joka helpotti käytön opettelua. Yrityksen ja erehdyksen kautta muodostui visio Podion käyttömahdollisuuksista. Haastatteluvastauksissa korostui, että vasta tekemisen kautta opittiin näkemään, kuinka hyödyllinen Podiosta voidaan yritykselle saada. Podion muokkaamiseen tarvittiin ohjelmisto-osaamista, mutta pelkkä käyttö onnistuu tavallisilla IT-taidoilla. Ensimmäisen vaiheen jälkeen tuli selväksi, että Podioon pystytään lisäämään melkein kaikki työhön liittyvät toiminnot.

Järjestelmään luotiin yritykselle oma valikko, ”Super menu”, jota kautta pääsee kaikkiin tiedostoihin. Ennen Podion yhdistämistä muihin ohjelmiin kaikki tuotetiedot oli syötettävä järjestelmään yksitellen ja kategorioittain. Supermenuun luotiin omat alaotsikot tuotemerkeille, joiden kautta pääsee tilaus-osioon, kehitysprojekteihin, ja

muihin kyseisen brändin tai tuotemerkin tiedostoihin. Alaotsikot selkeyttävät Super menun ulkoasua, koska toiminnot on helppo löytää brändien alta. Muut alaotsikot sisältävät toimiston ja liikkeen ylläpitoon liittyvät asiat. Kultasepäntoimisto Suokko-alaotsikolle luotiin kansiot asiakaspalvelulle, asiakastiedoille, lahjakorteille ja hinnastoille. Samasta valikosta pääsee myös jalometalliosastoihin, Polarsykemittaripalveluiden tiedostoihin ja kultasepänpalvelutietoihin. Toimisto-alaotsikko sisältää erillisissä kansioissa raportit, kassan laskemiset, tuote- ja työtilaukset, lähetykset, jälleenmyyjätiedot ja yhteistyökumppanit. Super menu laajentuu tulevaisuudessa, kun kaikki työntekijät alkavat käyttää Podiota päivittäin.

Monet tiedostot ja tuotteisiin liittyvät tiedot ovat olleet valmiina yrityksen tietokoneilla kansioissa ja aiemmin käytetyissä tietokannoissa. Suurimpana haasteena oli saada siirrettyä jo olemassa olevat tiedostot Podioon niin, että siitä karsitaan jo vanhentunut tieto. Joitakin toimintoja ei haluttu siirtää Podioon ollenkaan, koska ne poistuvat käytöstä lähitulevaisuudessa. Prosessi tiedostojen siirtämiseksi oli käynnistetty, mutta se ei ollut vielä täysin valmis. Podioon lisättäviä tietoja täydennettiin raportointihetkellä käyttöönottoa varten ja viimeistelyt olivat loppusuoralla. Podion suurin hyöty on se, että samaa toimintoa ei tarvitse järjestelmän käyttöönoton jälkeen tehdä montaa kertaa. Aiemmin esimerkiksi asiakkaan ostettua poistuvan tuotteen, piti tuotekortti poistaa kassajärjestelmästä ja nettikaupasta erikseen. Tässä esimerkkitapauksessa vanhoja tiedostoja ei tarvitse lisätä erikseen, vaan nettisivut ja nettikauppa kokonaisuudessaan yhdistetään Podioon.

Kokonaisuudessaan suurin osa ajasta työntekijältä on mennyt asiakaspalvelulomakkeiden luomiseen ja tietojen syöttämiseen järjestelmään. Automatisaation mahdollistamiseksi on järjestelmään syötettävä samat tiedot, jotka ovat erikseen kassajärjestelmässä ja nettisivuilla. Järjestelmässä on myös mahdollista keskustella foorumilla muiden Podion käyttäjien kanssa, joten vastaukset hankaliin kysymyksiin löytyivät nopeammin kuin vain itse kokeilemalla. Podion kautta voi ottaa yhteyttä myös järjestelmän ylläpitäjään ja saada sitä kautta apua.

Podion rakentaminen oli haastattelujen perusteella siinä vaiheessa, että suurin osa käyttöön tulevista toiminnoista on kartoitettu, tuotetietoja ja tilauspohjia on siirretty järjestelmään ja toiminnoille on luotu omat kategoriinsa. Samalla kun tuotetietoja on päivitetty nettisivuja varten, on tietoja syötetty Podioon, jotta ne ovat valmiina, kun

järjestelmä otetaan käyttöön. Työntekijöille oli hankittu tablettitietokoneet, joilla Podiota käytetään asiakaspalvelutilanteessa. Tabletin voi antaa liikkeessä asiakkaan käyttöön, jotta hän voi selata esimerkiksi nettikaupassa olevia tuotteita tai tietyn tuotemerkin valikoimaa.

Prosessia hidasti se, että Podiosta vastuussa oleva työntekijä muokkasi järjestelmää muiden töiden ohella. Sekä esimiehen että työntekijän haastattelussa nousi esille ajankäytön suunnittelun tärkeys prosessin eri vaiheissa. Podio haluttiin toimivaksi kokonaisuudeksi ennen käyttöönottoa, joten muutama osa-alue oli vielä kesken. Viimeinen suurempi osuus, asiakaspalvelulomakkeen luominen ja integrointi järjestelmään, valmistuu pian ja Podio otetaan yrityksessä laajasti käyttöön syksyn 2016 aikana.

5 POHDINTA

Pohdinnassa käydään läpi työn tuloksia ja tehdään yhteenvetoa siitä, vastasivatko tulokset työn tavoitteisiin. Toimeksiantaja toivoi objektiivista mielipidettä prosessin onnistumisesta, joten toiminnanohjausjärjestelmän käyttöönottoa analysoidaan pohdinnassa myös siitä näkökulmasta. Työn ongelmakohdat ja vaikeimmat tutkimuskysymykset avataan paremmin, kuten myös keinot, joilla ne ratkaistiin. Luvussa pohditaan myös työn jatkotutkimusmahdollisuuksia. Pohdinta sisältää kuvauksen siitä, missä tilanteessa toimeksiantajayritys on kirjoitushetkellä asiakaspalvelun digitalisoinnin kannalta. Luvussa eritellään lyhyesti myös tutkimuksen rajoitteet ja tutkimustulosten ajantasaisuus verrattuna digitalisaation nykytilaan.

Tutkimuksen tarkoitus oli selvittää toiminnanohjausjärjestelmä Podion käyttöönottoon liittyvät työtehtävät, jotta toimeksiantajalle saatiin raportoitua kokonaiskuva järjestelmän käyttömahdollisuuksista. Tutkimustuloksissa käytiin laajasti läpi työtehtävät, jotka tulevat muuttumaan toiminnanohjausjärjestelmän käyttöönoton myötä. Myyntityö ja siihen liittyvät taustatoimenpiteet kuvailtiin tuloksissa, jotta Podion niihin tuomat muutokset selkeytyisivät. Asiakaspalvelun kehitys tapahtuu suurimmaksi osaksi taustatyössä, mutta näkyy asiakkaalle myös myyntitilanteessa. Raportti järjestelmän käyttöönotosta sisälsi kuvauksen aikajärjestyksessä kaikista vaiheista, jotka työntekijä kävi läpi toiminnanohjausjärjestelmää muokatessaan. Näin toimeksiantajalle saatiin aikajana, jonka perusteella tulevien projektien aikataulua voi suunnitella.

Tarkoituksena oli myös seurata, millä tavoin kuluttajakäyttäytymistä kannattaa seurata, jotta vertailtavaa dataa saadaan kerättyä. Haastattelujen perusteella todettiin, että ostotapahtumista on hyvä kerätä kaikki mahdollinen informaatio, jotta myyntiä voidaan kehittää ja tuoteryhmiä jaotella paremmin. Tavoitteena oli löytää asiakaspalvelun ydinalueet, joten tuloksissa määriteltiin yksityiskohtaisesti mitä palvelutilanteessa tarvittavia tietoja toiminnanohjausjärjestelmän avulla löydetään. Ydinalueiden löytämiseen liittyi tiiviisti myös kehityskohtien tarkentaminen. Haastatteluvastausten kuvauksesta selvisi, mitä puolia asiakaspalvelussa on muutettava tulevaisuudessa, jotta palvelu olisi parempaa ja asiantuntevampaa.

Viimeisimpänä työn tarkoituksena oli arvioida kokonaiskustannuksia ja luoda yksityiskohtainen raportti toiminnanohjausjärjestelmän käyttöönotosta. Kustannukset löytyivät yrityksen kulutiedoista, mutta niitä avattiin enemmän, jotta nähtäisiin mistä ne koostuvat ja löydetäisiin perustelut järjestelmän hinnalle. Selvitys käyttöönotosta onnistui hyvin työntekijän haastattelun perusteella ja työn vaiheet kirjattiin raporttiin. Vaikka toiminnanohjausjärjestelmää ei oltu vielä raportointihetkellä otettu käyttöön, saatiin sen muokkaamisen vaiheet kirjattua tarkasti. Käytännössä järjestelmän käyttöönottoa ei estänyt raportointivaiheessa enää kuin pienet viilaukset ja muutaman lomakkeen viimeistely, joten työtä pystyttiin arvioimaan jo kyseisessä vaiheessa luotettavasti.

Hankalinta tutkimustulosten tulkinnassa oli haastattelujen vertailu toisiinsa ja erilaisten näkemysten esiintuominen. Kysymykset olivat kuitenkin erilaiset kummassakin haastattelussa, joten päällekkäisyyksiä ei ollut monta. Tulkintaa helpotti vastausten lajittelu teemoittain kysymysten perusteella, jolloin saman aiheen vastauksia oli helpompi analysoida. Haastavaa oli myös tuottaa sujuvaa tekstiä tuomatta jokaisessa välissä esiin, minkä vastauksen oli antanut esimies ja minkä työntekijä. Raportointi onnistui kuitenkin hyvin kirjoittamalla tuloksista teeman mukaisesti. Digitalisoinnin näkyminen asiakkaalle oli haastatteluissa kysymys, joka vaati jatkokysymyksiä. Haastattelukohta onnistuttiin kuitenkin raportoimaan tarkasti työn tuloksissa. Asiakaskokemus koettiin erittäin tärkeäksi osaksi asiakaspalvelun kehitystä, joten digitalisointia käsiteltiin erityisesti siitä näkökulmasta, miten palvelun laatu paranee tulevaisuudessa.

Jatkotutkimusmahdollisuuksia aihe tarjoaa useita. Podion käyttöönoton jälkeen asiakaspalvelun kehitystä voi seurata esimerkiksi myyntitilastojen, työntekijähaastatteluiden tai asiakaskyselyjen avulla. Jos oletetaan, että parempi asiakaspalvelu johtaa myynnin kasvuun, voi Podion kautta seurata tilastoja kuukausittain ja vuosittain. Sitä kautta luotettavaa dataa kerääntyy jatkuvasti yrityksen käyttöön ja tilastot voi ohjelmoida lähetettäväksi esimerkiksi sähköpostiin automaattisesti. Esimerkiksi vip-asiakkaille voidaan toteuttaa asiakastytyväisyyskysely pian Podion käyttöönoton jälkeen ja uudelleen taas vuoden päästä. Näin saataisiin myös asiakkaiden näkökulma palvelun laadun parantumisesta. Työntekijöitä voidaan haastatella työtehtävien muutoksista, kun Podio on ollut yrityksessä käytössä jonkin aikaa. Näin saataisiin vertailtavaa tietoa tämän tutkimuksen olettamuksiin tulevaisuuden muutoksista.

Työn tuloksia rajoittaa se, että tutkimushaastattelut toteutettiin vain kahdelle henkilölle. Toimeksiantajayrityksellä on kaksi vakituista työntekijää, joista vain toinen oli aktiivisesti mukana toiminnanohjausjärjestelmän räätälöinnissä, joten molempien työntekijöiden haastattelu ei olisi ollut tarkoituksenmukaista. Tutkimustuloksia voidaan vähäisestä materiaalista huolimatta pitää luotettavina, koska työn tavoitteet täyttyivät hyvin. Toimeksiantajayritykseen tutustuttiin prosessin kuluessa myös työtehtävien kautta, joten haastattelukysymykset osattiin laatia työn tavoitteiden mukaisesti. Tutkimushaastattelut suoritettiin työaikana ja työntekijällä oli niiden yhteydessä mahdollisuus esitellä toiminnanohjausjärjestelmä Podion käyttöä. Käytön opetteluun avulla tutkimustuloksia pystyttiin analysoimaan oikean kokemuksen pohjalta.

Toiminnanohjausjärjestelmän käyttöönoton aikataulu on venynyt yrityksessä enemmän, mitä alussa oli tarkoitus. Jos työntekijä olisi voinut muokata järjestelmää päätoimisena työtehtävänä, olisi järjestelmä valmistunut käyttöön jo paljon aiemmin. Käytössä olevien resurssien valossa prosessi on kuitenkin edennyt hyvin, ja halutut toiminnot on saatu ohjelmoitua järjestelmään. Työntekijä on oma-aloitteisesti etsinyt tietoa sovelluksista, jotka sopivat yhteen Podion kanssa, ja lisännyt niitä järjestelmään. Järjestelmän ohjelmoinnissa on pystytty keskittymään olennaiseen, ja vanhoja tiedostoja on samalla karsittu. Kokonaisuudessaan työ on edennyt huolellisesti ja loogisessa järjestyksessä.

Digitalisaatio etenee ennennäkemätöntä vauhtia, ja Suomi voi nousta avainasemaan kansainvälisillä markkinoilla digitalisoinnin mallimaana. Toimeksiantajayrityksessä halutaan pysyä teknologian kehityksessä mukana, ja uusi toiminnanohjausjärjestelmä kasvattaa digitaalisen potentiaalin uudelle tasolle. Podion parhaita puolia ovat monipuolisuus ja muokattavuus, joten kehitykselle elintärkeät muutokset voidaan toteuttaa sen kautta. Kaupankäynnin siirtäminen osittain verkkoon on välttämätöntä yritykselle ja sen toimialalle, joten Podion tuomat mahdollisuudet ovat tervetulleita ja odotettuja muutoksia työntekoon.

LÄHTEET

Aaltola, J & Valli, R. 2007. Ikkunoita tutkimusmetodeihin. 2. Painos. Jyväskylä: PS-kustannus

Anderson, C. 2009. Ilmainen – Radikaalin hinnan tulevaisuus. Suom. Pietiläinen, K. Helsinki: Hakapaino. Alkuperäinen teos 2009.

Avent, R. 2014. The third great wave. [uutisraportti] Julkaistu 4.10.2014. Tulostettu 10.10.2016. <http://www.economist.com/news/special-report/21621156-first-two-industrial-revolutions-inflicted-plenty-pain-ultimately-benefited>

Godin, S. 2016. Key note presentation. Nordic Business Forum 7.10.2016. Helsinki.

Halme, H. 2016. Digiajan kilpailuetua metsästäessä – miten liikkeelle? [blogi-kirjoitus] Julkaistu 29.6.2016. Tulostettu 9.10.2016. <http://digitaalinenpolku.fi/digiajan-kilpailuetua-metsastamassa-liikkeelle/>

Hiltunen, E. & Hiltunen, K. 2014. Teknoelämää 2035 – Tietokoneohjelmat, algoritmit ja tiedon digitalisointi. Helsinki: Talentum

Kultasepänliike Suokko. 2016. Yrityshistoria. [www-sivu] <http://www.suokko.fi/info/yritys/19/>

Liimatainen, K. 2015. Digitalisaatiota tutkineet ihmettelevät mitä suomalaisille tapahtui: ”Suomea vaivaa varovaisuuden kulttuuri” [uutisartikkeli]. Julkaistu 29.8.2015. Tulostettu 6.10.2016. <http://www.hs.fi/talous/a1440815556072>

Lindblom, J. 2015. Digitalisaation määritelmää – mikä on digin ytimessä? [blogi-artikkeli] Julkaistu 25.11.2015. Tulostettu 20.8.2016. <https://www.linkedin.com/pulse/digitalisaation-määritelmää-mikä-digin-ytimessä-jan-lindblom>

Manninen, O. 2015. Digitalisaation mahdollisuudet. [artikkeli]. Julkaistu 2.6.2015. Tulostettu 17.8.2016. <http://www.ekonomilehti.fi/digitalisaation-mahdollisuudet/>

Podio. 2016. All you need to know about Podio – Features [www-sivu] <https://podio.com/site/tour>

Ruokonen, M. 2016. Biteistä bisnestä! 1.painos. Jyväskylä: Docendo Oy

Ruusuvuori, Nikander & Hyvärinen. 2010. Haastattelun analyysi. Tampere: Vastapaino

Tech-FAQ. 2016. ERP (– Enterprise Resource Planning). Päivitetty 11.3.2016. Tulostettu 4.10.2016. <http://www.tech-faq.com/erp.shtml>

Toiminnanohjausjärjestelmä. 2016. Tulostettu 25.10.2016 <http://www.logistiikanmaailma.fi/wiki/Toiminnanohjausjärjestelmä>

Vieri, M. 2016. Digitalisaatio syö palvelun alkuruuaksi? [www-artikkeli] Julkaistu 2.2.2016. Tulostettu 10.10.2016. <http://digitalistnetwork.com/digitalisaatio-syo-palvelun-alkuruuaksi>

Vilkka, H. 2015. Tutki ja kehitä. 4. Painos. Jyväskylä: PS-kustannus

LIITTEET

Liite 1. Esimiehen tutkimushaastattelukysymykset

Esimiehen haastattelu

1. Kuinka kauan toiminnanohjausjärjestelmäprosessi on työnantajalla kestänyt?
2. Miksi toiminnanohjausjärjestelmä Podio haluttiin käyttöön?
3. Millä tavalla työnteon yrityksessä halutaan muuttuvan Podion myötä?
 - a,
työntekijällä
 - b,
työnantajalla
4. Millä tavoin Podion käyttö halutaan näyttää asiakkaalle?

Liite 2. Työntekijän tutkimushaastattelukysymykset

Työntekijän haastattelu

1. Kuinka kauan toiminnanohjausjärjestelmäprosessi on työntekijällä kestänyt?
2. Mitä vaiheita prosessiin kuuluu?
3. Mihin toiminnanohjausjärjestelmä Podiota tullaan käyttämään?
4. Millä tavoin järjestelmä helpottaa työntekoa?
5. Mitkä ovat prosessista koituvat kustannukset?
6. Mihin tiedostoihin, palvelimiin tai sovelluksiin Podio on yhteydessä?
7. Kuinka helppokäyttöinen Podio on?
8. Kuinka kauan tietojen päivittämiseen menee aikaa päivittäin?
9. Millä tavalla Podion käyttö halutaan näyttää asiakkaalle?
10. Miten Podio kehittää työtehtäviä tulevaisuudessa?